

# Auf der Erfolgswelle

Die Marketing Natives über die Umsetzung von erfolgreichem Livemarketing.

WIEN. Die Marketing Natives (powered by DMVÖ) sind eine der ersten Anlaufstellen für junge Menschen, die in der Kommunikationsbranche Fuß fassen wollen. Die Community junger Marketing-Experten ist vor allem für ihre Eventreihe zu den verschiedensten Themen im Marketing bekannt. medianet sprach mit Benedikt Secker, Co-Head of Marketing Natives, und Board-Member Julia Jobst über erfolgreiches Livemarketing.

„Livemarketing beginnt schon damit, dass sich unsere Besucher in einer angenehmen und lockeren Atmosphäre befinden“, erklärt Julia Jobst, die bei UM PanMedia als Kundenberaterin tätig ist und seit Dezember 2017 bei den Marketing Natives ihr Know-how im Eventmanagement umsetzt.

## Gezieltes Branding

Die Eventszene ist in Wien im letzten Jahr fast explodiert, gleichzeitig hat auch die Konkurrenz nicht geschlafen. „Wir haben unsere Besucherzahl vom Jahr 2017 auf 2018 fast verdoppeln können und waren bei unserem letzten Event zum Thema Neuromarketing bereits im Vorhinein bis auf den letzten Platz ausverkauft. Gerade auf so einer Erfolgswelle ist es wichtig, sich nicht beirren zu lassen und seine Message gezielt nach außen zu tragen“, ergänzt Benedikt Secker. Nicht nur die lockere Atmosphäre, sondern auch gezieltes Branding und Sponsoring locken immer mehr Besucher und Partner zu den Networking-Events an.

Den größten Treiber für Livemarketing sehen die Marketing Natives in ihren Partnern. Durch die gezielte Positionie-



© Milla Zylka (2)

## Event

Die Events der Marketing Natives konnten ihre Besucherzahlen von 2017 auf 2018 verdoppeln.

rung der Events können Kooperationspartner ohne Streuverluste eine genau definierte Zielgruppe erreichen.

## „First Mover“ der Branche

„Unser Ziel ist dabei aber nicht, dass wir Podiumsplätze an unsere Partner ‚verkaufen‘. Wir suchen vielmehr Experten, die zu unserem jeweiligen Thema passen und einen Mehrwert für unsere Community bieten“, so Secker. Die Themenfindung gestaltet sich dabei nicht immer einfach, da sich die Marketing Natives den Anspruch gesetzt haben, „First Mover“ zu sein und aktuelle Trends zu behandeln *bevor* es andere tun. „Tatsächlich gibt es Themen, die einfach funktionieren, wie zum Beispiel ‚Influencer‘ oder ‚Branding‘.

Dennoch versuchen wir, den Wünschen unserer Besucher gerecht zu werden und Abwechslung zu schaffen“, sagt Jobst.

Für Events in dieser Größenordnung braucht es *mehr* als nur Zuständigkeiten im Speaker- und Eventmanagement. Vielmehr benötigt man ein gut funktionierendes Team und klar verteilte Aufgaben. So leiten Christoph Brenner und Benedikt Secker das Board der Natives und kümmern sich gleichzeitig auch um die Partner und neue Konzeptideen.

Julian Copony ist für das Social Media-Marketing zuständig, Lisa Riepl betreut den Bereich Presse und die grafische Gestaltung der Werbemittel. „Unsere Tätigkeiten beschränken sich aber nicht nur auf die Eventreihe und das Vernetzen von jungen Experten und Unternehmen, sondern wir unterstützen nebenbei auch noch Nachwuchs-Marketeers in unserem Mentoring-Programm“, sagt Julia Jobst abschließend. (gs)

## Team

Benedikt Secker,  
Julia Jobst,  
Julian Copony,  
Christoph  
Brenner.

Weitere Informationen zu den Marketing Natives finden sich online unter: <http://www.marketingnatives.at/>

